

INTERA - 07/11/97
IDA BAGUS ANOM SANTOSA

**ANALISIS PENGARUH INTERNAL KONSUMEN, LINGKUNGAN DAN
STIMULI PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
KAIN ENDEK SUTRA DI SIDEMEN DAN KLUNGKUNG BALI**

S K R I P S I

**DIAJUKAN UNTUK MEMENUHI SEBAGIAN PERSYARATAN
DALAM MEMPEROLEH GELAR SARJANA EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**



OK
R. H. ...
...
a

Diajukan oleh :

IDA BAGUS ANOM SANTOSA

No. Pokok : 049434829

K E P A D A

**FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS AIRLANGGA
S U R A B A Y A**

1997

ANALISIS PENGARUH FAKTOR PRIBADI KONSUMEN,
LINGKUNGAN DAN STIMULI PEMASARAN
TERHADAP PEMBELIAN KAIN ENDEK SUTRA
DI SIDEMEN DAN KLUNGKUNG BALI

DIAJUKAN OLEH
IDA BAGUS ANOM SANTOSA

No. Pokok : 049434829

TELAH DISETUJUI DAN DITERIMA DENGAN BAIK OLEH:

DOSEN PEMBIMBING



DRA. EC. DWI UTAMI S.,MS.

TANGGAL, 13 . 8 - 1998

KETUA JURUSAN



DR. AMIRUDDIN UMAR. SE.

TANGGAL, 14 - 8 - 1998

ABSTRAKSI

Salah satu dampak dari kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi pada bidang pemasaran adalah semakin banyaknya produk sejenis yang mempunyai spesifikasi yang relatif sama. Hal ini menyebabkan konsumen dihadapkan pada berbagai pilihan produk dalam pengambilan keputusan pembelian kain endek sutra. Disamping itu juga akan mendorong timbulnya persaingan diantara para penjual. Sebagai akibat dari kalah bersaing dalam memasarkan produk, perusahaan tenun ikat Pelangi mengalami penurunan penjualan sebesar 25%. Untuk mengatasi masalah ini, Philip Kotler mengatakan bahwa perusahaan hendaknya melakukan pemasaran yang berorientasi pada konsumen. Oleh karena itu maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui serta memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen pada pembelian kain endek sutra di Sidemen dan Klungkung, Bali. Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen menurut Henry Assael meliputi: pribadi konsumen, lingkungan, dan strategi pemasaran perusahaan.

Jumlah sampel yang digunakan adalah 200 orang konsumen endek sutra. Metode penarikan sampelnya adalah purposive sampling. Teknik analisis yang digunakan yaitu uji regresi dengan bantuan program SPSS untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dan kuatnya hubungan antara variabel bebas (faktor-faktor) dengan variabel tergantung (pembelian endek sutra).

Hasil dari analisa statistik menunjukkan bahwa semua faktor tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap pembelian kain endek sutra dan dari semua faktor tersebut ternyata faktor pribadi konsumen mempunyai pengaruh yang paling dominan. Dengan mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen pada pembelian endek sutra akan membantu perusahaan dalam memasarkan produk kepada konsumen. Kemudian informasi ini akan dimanfaatkan perusahaan untuk mengembangkan strategi pemasaran yang telah diterapkan guna mengatasi persaingan yang terjadi sehingga penjualan kain endek sutra meningkat.